



Évolution de la diversité consommée sur le marché de la musique enregistrée, 2007-2016

Olivier Donnat

coll. « Culture études », 2018-4

32 p.

Comment les consommations culturelles évoluent-elles sous l'angle de la diversité à l'ère de l'abondance de l'offre favorisée par les technologies numériques ? Les données de marché collectées par la société GfK, retraitées et analysées par le Département des études, de la prospective et des statistiques pour la période 2007-2016, permettent d'aborder cette question et de vérifier, notamment, si l'hypothèse de la longue traîne, développée au début des années 2000 par Chris Anderson, se confirme.

Au préalable, il faut rappeler que l'analyse de la diversité consommée au travers du panel GfK présente plusieurs difficultés dans la mesure où l'objet consommé et ainsi que les modes de consommation ont considérablement évolué au cours de la période. Ainsi, l'objet de mesure à travers lequel la diversité est saisie a changé : l'unité de compte est ainsi passée essentiellement d'albums vendus sur le marché physique à des titres écoutés en *streaming*. Ensuite, l'appréciation de la diversité comparée des deux marchés s'avère compliquée tant leur taille diffère : les plateformes de diffusion en flux (*streaming*) proposent aujourd'hui des dizaines de millions de titres, un volume difficilement comparable à la taille du marché physique. Enfin, l'appréciation de la diversité consommée par l'intermédiaire de ce panel ne dit rien du téléchargement illicite, un phénomène particulièrement important dans le domaine musical au cours des années 2000.

Une mutation en deux temps du marché de la musique enregistrée

En vingt ans, le marché de la musique enregistrée a connu deux mutations successives qui ont radicalement modifié les conditions d'écoute et entraîné un effondrement des ventes physiques. La numérisation de la musique s'est traduite d'abord par un développement massif du téléchargement sur les plateformes d'échange (pair à pair) avant que l'écoute de musique sur des sites de diffusion en flux (*streaming*) ne s'impose avec la généralisation du haut débit.

Le déclin du marché du disque physique, amorcé au début des années 2000, s'est poursuivi jusqu'en 2016. En dix ans, le volume de CD vendus a été divisé par 2,5 et le chiffre d'affaires a perdu 60 % de sa valeur. Parallèlement, le marché du téléchargement a connu une forte progression jusqu'en 2012-2013, suivie d'un recul brutal (-50 % de volume de ventes et -40 % de chiffre d'affaires). C'est ensuite la diffusion en flux (*streaming*), avec la montée en puissance des plateformes de diffusion en flux, qui connaît une croissance exponentielle : en quelques années, le volume de titres écoutés a atteint plusieurs milliards.

Sur le marché physique, la crise du disque s'est poursuivie tout au long de la décennie : baisse du volume des ventes et du chiffre d'affaires (-41 %), disparition des *singles* dès 2011 et relatif déclin des ventes de produits hauts de gammes (coffrets et édition de luxe). Pour autant, le nombre de références actives a connu une progression forte en 2011 et 2012, puis plus modérée les années suivantes, à la faveur du renouveau du vinyle. La progression de la variété consommée concerne exclusivement les disques dont les ventes annuelles sont inférieures à 10 exemplaires (+60 % en dix ans), alors que toutes les autres catégories de disque ont vu leur volume de ventes baisser. Toutefois, il faut prendre en considération le fait que la progression spectaculaire des disques aux ventes confidentielles s'explique aussi par un meilleur référencement de la base.

La variété du marché du disque entretenue par la production musicale en ligne

L'augmentation légère de la variété observée sur un marché du disque tendanciellement en baisse au cours de la décennie renvoie à la vitalité de la production musicale en ligne et à la profusion des contenus musicaux dématérialisés. Les technologies numériques ont en effet entraîné un essor considérable de l'auto-production, alors que la stratégie des maisons de disque, fragilisées, a plutôt consisté, face au développement massif du téléchargement, à puiser dans les catalogues pour proposer sur le marché de nombreuses compilations et versions avec bonus.

La progression de la variété consommée renvoie également aux transformations du marché de la distribution : l'effritement progressif des parts de marché des grandes surfaces alimentaires dans les ventes de CD s'est fait d'abord au profit des grandes surfaces spécialisées, puis, après la restructuration de la Fnac et la disparition des magasins Virgin en 2013, au profit des sites en ligne dont les parts de marché ont doublé entre 2011 et 2016.

Dynamisme de la production musicale en ligne et amélioration de l'instrument de mesure ont donc permis une meilleure prise en compte de l'impact, sur le marché physique, des mutations du marché : surexploitation des

fonds de catalogue des grandes maisons de disque, développement des ventes en ligne, renouveau du vinyle et revitalisation du réseau des disquaires indépendants.

Une concentration des ventes de disques à la hausse qui préserve l'hégémonie des majors

Si les disques à très faibles ventes ont contribué à la progression de la variété au cours de la décennie, le volume des disques vendus à moins de 10 exemplaires représente toutefois moins de 2 % du marché en volume. Le poids des disques vendus à moins de 1 000, en revanche, a progressé de 8 points sur la période, tandis que celui des disques vendus à plus de 10 000 exemplaires a chuté de 13 points. L'évolution s'est faite en deux temps, avec une baisse généralisée de toutes les catégories en début de période, les ventes de hits se stabilisant ensuite à la faveur de la généralisation de l'écoute de musique sur des sites de diffusion en flux (*streaming*) tandis que la baisse se poursuivait pour le reste du marché. Cette meilleure résistance des grands succès se traduit par un renforcement du poids des hits : le poids des dix albums en tête dans le total des ventes est presque doublé en dix ans (de 7 % à 13 %). Le poids des tops 100 a également progressé, mais plus modérément, pour passer de 28 % à 37 % du total des ventes. On observe le même mouvement de concentration des ventes pour les interprètes.

La crise de l'industrie du disque a finalement peu affecté la répartition des ventes sur le marché physique entre les trois principaux acteurs de la filière (Sony Music, Universal Music et Warner Music) et le secteur indépendant. Si les majors ont cédé du terrain jusqu'en 2010 au profit des distributeurs indépendants (Wagram, Pias France, Socadisc, etc.), ils ont retrouvé, en 2016, les parts de marché de 2007, assurent la distribution de 8 disques sur 10 et participent, avec leurs différents labels, à la production de 65 % des albums vendus.

Sur le marché du téléchargement également, une évolution en cloche de la variété

Le marché du téléchargement, sur lequel les titres représentent 85 % des téléchargements au cours de la dernière décennie, a connu une évolution en cloche - expansion rapide suivie d'un déclin net -, qui correspond aussi à l'évolution de la variété sur ce marché : augmentation quand le marché était en expansion puis légère diminution. En réalité toutefois, la variété des téléchargements a relativement peu pâti de la rétraction du marché liée à la migration des consommateurs vers les plateformes de *streaming*. Ainsi, la progression de la variété des téléchargements est nettement supérieure à celle observée sur le marché du disque car l'enrichissement de l'offre proposée au téléchargement lors de la phase d'expansion du marché a généré une augmentation de la diversité des titres et albums consommés, des plus confidentiels aux plus grands succès.

L'enrichissement de l'offre légale et le renouvellement constant dont a bénéficié cette offre après le retournement du marché du téléchargement expliquent la progression constante de la variété consommée sur ce marché. En 2016, les nouveaux venus étaient 1,5 fois plus nombreux dans le cas des titres et 2,3 fois dans le cas des albums. Ce mouvement s'accompagne aussi d'une rotation de plus en plus rapide des sortants, ce qui crée donc un fort renouvellement du marché du téléchargement.

Extension de la micro-production et rééquilibrage en faveur des indépendants

En 2016, le nombre de labels présents dans la base GfK a été multiplié par 4 en dix ans et il est 10 fois supérieur à celui des labels présents sur le marché physique. Plus de huit références actives sur dix sont issues du secteur indépendant, contre 69 % en 2007. L'extension du secteur indépendant joue donc un rôle significatif dans la progression de la diversité consommée en ligne, tandis que le rôle des labels appartenant aux trois majors (Sony Music, Universal Music et Warner Music) s'est réduit : ils produisent 17 % des références actives en 2016 contre 24 % en 2007.

La micro-production et l'auto-production contribuent également à la progression de la diversité : le nombre de références sans distributeur a progressé de 8 points pour concerner 53 % des références actives en 2016. Pour autant, en termes de parts de marché, les dix labels ayant réalisé les plus gros volumes de téléchargement appartiennent aux trois majors, en 2007 comme en 2016, et leur poids dans le total des téléchargements reste de l'ordre de 40 %.

La consommation en flux favorise la diversité plus que l'achat à l'acte

Il est délicat de proposer une vision d'ensemble comparant les consommations exigeant un paiement à l'acte et celles qui relèvent de la culture du flux car les unités de compte sont différentes (albums versus titres) et que les premières relèvent de l'achat tandis que les secondes de l'utilisation d'un service. Pour autant, on observe que le caractère quasi illimité de l'offre proposée par les plateformes (Spotify, Deezer, Apple...) se traduit par une variété consommée nettement supérieure à celle observée sur les autres modes d'accès à la musique. Ainsi, le nombre de titres différents écoutés est de l'ordre de 230 000 pour les titres écoutés au moins 100 fois au cours d'une des semaines de 2016 sur une plateforme de services audio, ce qui représente 65 % du volume global d'écoutes. Si l'on considère les titres écoutés au moins 20 fois au cours d'une semaine, cela concerne alors 2

millions de titres différents, soit une valeur près de 15 fois supérieure à celle enregistrée sur le marché du téléchargement.

En outre, en 2016, le volume des ventes d'albums était cinq fois plus concentré sur le marché physique que sur celui du téléchargement, signe que l'effet super star est plus prégnant sur le marché physique. La concentration en termes de genres musicaux s'observe plus nettement aussi sur le marché physique où plus de la moitié des ventes concernent les catégories pop (33 %) et variétés (22 %), alors que l'importance des ventes de musiques urbaines et électroniques sur le marché en ligne contribuait à rendre la distribution moins déséquilibrée.

Une décennie de transition vers le régime d'abondance

Les années 2007-2016 apparaissent être une phase de transition au cours de laquelle le modèle d'achat à l'acte qui prévalait dans le monde physique a progressivement été remplacé par la diffusion de musique en flux à mesure que l'offre légale se mettait en place et s'étoffait, en imposant un nouveau modèle associant gratuité d'accès et accès par abonnement dont les contours sont aujourd'hui stabilisés : une offre quasi illimitée, accessible en permanence et en tout lieu, structurée par de puissants outils algorithmiques. Le modèle qui s'est imposé aujourd'hui en France est hybride : la musique s'écoute très majoritairement en flux et au format numérique, mais les achats sur le marché physique continuent d'assurer plus de la moitié des revenus du marché de la musique enregistrée.

S'il bouleverse l'économie de la filière, le modèle des plateformes prolonge en les amplifiant plusieurs tendances antérieures en termes de consommation : diversification des modes d'écoute, transfert de la consommation des albums vers les titres, et variété quasi illimitée de l'offre. Les résultats confortent l'hypothèse de la longue traîne en termes de variété consommée, en grande partie grâce au développement de l'auto-production, mais il est plus difficile de statuer à propos de la distribution des ventes car l'interprétation varie selon l'indicateur retenu (volume des ventes ou parts de marché) : les ventes des produits stars, par exemple, diminuent en volume mais augmentent en parts de marché sur le marché physique du disque, tandis que les volumes des disques à faibles ventes progressaient.

Ainsi, l'évolution des consommations musicales associées à un paiement à l'acte confirme que l'allongement de la distribution des ventes (effet de longue traîne) est compatible avec un renforcement de l'effet superstar. Placés en situation d'hyper-choix, les consommateurs se tournent soit vers des produits de niches, soit vers des produits stars, au détriment des biens de popularité moyenne.

Plus de variété au bénéfice de quels consommateurs ?

Les différences observées dans les modes de consommation en ligne et sur le marché physique rappellent que les acheteurs de disques n'ont souvent ni le même âge ni le même pouvoir d'achat ni le même rapport aux contenus que les personnes qui écoutent de la musique sur une plateforme en accès gratuit. La diversité consommée dans le domaine musical, comme ailleurs, dépend de la diversité offerte et des dispositifs d'intermédiation, humains et technologiques, mais aussi des propriétés sociales qui favorisent ou non le goût pour l'exploration curieuse. Face à une situation d'hyper-choix, les consommateurs d'aujourd'hui ne sont pas plus égaux que ne l'étaient les consommateurs d'il y a cinquante ans face à une offre culturelle limitée et plus difficile d'accès.



Ministère de la Culture
Secrétariat général - Service des politiques culturelles et de l'innovation
Département des études, de la prospective et des statistiques
<http://www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques>
contact.deps@culture.gouv.fr
01 40 15 74 38